**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

**A DISTRIBUIÇÃO CINEMATOGRAFICA ENTRE BRASIL E ARGENTINA:
Um estudo comparativo da circulação de filmes de longa-metragem em 2009**

Marília Schramm Régio¹

Resumo

O presente texto tem como objetivo principal apresentar análises preliminares referente à distribuição cinematográfica entre Brasil e Argentina, no ano de 2009. Os cinemas brasileiros e argentinos comportam fatores econômicos, sociais e tecnológicos que abrangem a compreensão do fato cinematográfico. Para a realização desse estudo será utilizado o método comparativo de trabalho, que nos possibilita visualizar com melhor clareza as assimetrias da distribuição cinematográfica nesses países, além de observar as principais interseções políticas, econômicas e agentes que envolvem o setor.

Palavras-chave: Indústria cinematográfica. Distribuição. Argentina. Mercado. Brasil.

O mercado cinematográfico na América Latina é dominado pelo produto estrangeiro, principalmente o norte-americano. Na sua história, em seus ciclos e

¹ Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. E-mail: msregio@gmail.com

movimentos da área, tanto profissionais quanto instituições preocupam-se constantemente em desenvolver de maneira mais estruturada a ocupação de seus circuitos exibidores com filmes de seu próprio país, alcançando assim, a autossustentabilidade.

A hegemonia dos filmes hollywoodianos não é uma característica somente da América Latina, e sim, dos países em desenvolvimento. As produções norte-americanas ocupam 85% das salas de exibição em todo o mundo, sendo uma “realidade permanentemente hostil às produções nacionais” (Teixeira, 2009:69). Com essa concorrência globalizada um tanto díspar dos conglomerados da mídia norte-americana, os títulos nacionais encontram obstáculos na distribuição e exibição de seus filmes.

Países como Brasil e Argentina estão hoje em um momento de amadurecimento no mercado cinematográfico, com avanços nas suas produções e articulando maneiras para circulação nos circuitos exibidores nacionais e internacionais. Entretanto, o equilíbrio, no que se refere à tríade produção-distribuição-exibição permanece instável. Toda indústria cinematográfica é dividida por estes três ramos: produção, distribuição e exibição; sendo elas dependentes uma da outras para o seu funcionamento. A produção abrange o capital financeiro, o processo de criação da obra cinematográfica e principalmente, recursos humanos especializados para o setor. A distribuição comanda a circulação dos filmes no mercado, na colocação do produto em determinada janela de exibição, além de ser responsável pela publicidade que na maioria das vezes envolve o futuro espectador. E a exibição expõe para o público o filme na grande tela, vende o produto (filme) para o consumidor (espectador).

Um movimento recente que tem buscado ratificação institucional para fomentar a cooperação cinematográfica é RECAM (Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisualies del Mercosur²). Um órgão consultivo do MERCOSUL, criado em dezembro de 2003, cuja finalidade é provocar necessariamente uma remodelação dos circuitos de exibição. Entretanto, os empenhos governamentais têm sido, quase todos, direcionados para o crescimento da produção fílmica. Distribuir e exhibir, componentes essenciais na atividade cinematográfica, são deixados em segundo plano.

² Os países que fazem parte da RECAM são os membros do MERCOSUL Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai, além dos associados.

Segundo Alessandra Meleiro a produção cinematográfica do Brasil e da Argentina é superior aos demais países da América Latina. No período de 2001 a 2005, 183 filmes brasileiros foram produzidos e a Argentina obteve o número de 232 longas-metragens. Enquanto que países como o Chile e México alcançaram um total de 62 e 151, respectivamente. Os filmes brasileiros e argentinos são estruturados com fatores econômicos, sociais e tecnológicos que abrangem a compreensão do fato cinematográfico. De acordo com Metz, o cinema “constitui um complexo mais vasto (do que o filme), dentro do qual, entretanto, três aspectos predominam mais fortemente: aspecto tecnológico, aspecto econômico, aspecto sociológico” (1972:11).

A indústria cinematográfica brasileira teve o seu auge com o modelo de fomento da EMBRAFILME³ (Empresa Brasileira de Filmes S/A) e com a fiscalização do Concine (Conselho Nacional de Cinema). A EMBRAFILME era uma empresa de economia mista cujas responsabilidades direcionavam-se à produção e distribuição cinematográfica para o território nacional e no exterior. Nesta época, o cinema brasileiro encontrou o seu público e passou de 30 milhões de espectadores para 60 milhões, alcançando 30% do mercado. Um filme de grande sucesso e que até hoje mantém o título de maior bilheteria é *Dona Flor e seus dois maridos* (1976, de Bruno Barreto), com mais de 10 milhões de espectadores.

Dos filmes lançados durante 1970 a 1989, 144 obtiveram mais de 1 milhão de espectadores. De acordo com Melina Marson, “a Embrafilme ajudou a proporcionar o encontro do filme nacional com o público, durante meados dos anos 70 e início dos anos 80, quando o cinema brasileiro bateu recordes de público que até hoje não se repetiram” (2009:18). Diversos fatores norteiam esta situação favorável ao cinema no Brasil, um aspecto importante é o número de salas de exibição.

Em 1975, havia 3.276 salas, e após este ápice o cenário decaiu. Alguns elementos contribuíram para o fechamento de muitas salas de cinema, principalmente no interior do país. Um deles veio com o advento do *home vídeo*, pois com esta nova janela o público poderia ver o filme na sua casa, sem ter o deslocamento para ir até o cinema. Outro fator que contribuiu foi a televisão que neste período entra na vida do brasileiro.

³ O ciclo da EMBRAFILME foi de 1969 a 1990.

No governo de Fernando Collor de Melo a EMBRAFILME é extinta, a produção do cinema brasileiro desmorona, tendo a pior fase entre 1990 e 1993. Nesta mesma época chega ao país o sistema denominados de *mutiplex*, trazidos por empresas estrangeiras. Estes são conjuntos de salas instalados em *shopping centers*, com uma estrutura de alta tecnologia, sendo concentrados nas capitais e nas grandes cidades, com mais de 400 mil habitantes. Devido a este mercado concentrado, houve um estímulo para o aumento do valor do ingresso, dobrando de preço. Afastando, com isso, o público mais cativo do cinema brasileiro, pessoas das classes C e D.

Em 1991, no governo Collor, é criada a Lei Federal nº. 8.313, conhecida como Lei Rouanet, que visa benefícios a todas as artes, através de abatimentos fiscais para pessoas jurídicas e físicas que investem em obras culturais. Em junho de 1992, o país envolve-se em uma crise política, iniciando um processo impeachment do presidente Fernando Collor. Após seu afastamento, o vice-presidente Itamar Franco, toma posse e articula um restabelecimento para o cinema. A Lei nº. 8.685, regulamentada pelo Decreto nº. 974, é sancionada já pelo governo de Itamar, em 8 de novembro de 1993, sendo denominada Lei do Audiovisual.

Por meio dos incentivos destas duas leis foi amparado o período conhecido como a retomada do cinema brasileiro, o qual obteve seu marco no lançamento de *Carlota Joaquina, a Princesa do Brasil* (1995, de Carla Camurati) e *Central do Brasil* (1998, de Walter Salles).

Apesar da retomada do cinema brasileiro,

um ponto comum se apresenta em relação ao campo cinematográfico: sua constante luta pela manutenção da produção, pela sobrevivência do fazer cinematográfico no Brasil. Em sua história de mais de cem anos, o cinema brasileiro não conseguiu se tornar uma atividade autossustentável, fazendo com que cada uma dessas etapas ou ciclos se encerrasse sem que fosse garantida a continuidade da produção cinematográfica (Marson, 2009:13).

Cabe ressaltar que em relação às salas de exibição, no período da retomada, não houve uma oscilação significativa, o circuito exibidor permaneceu a cerca de 1.500 salas. Somente no ano de 1999 iniciou um aumento que permanece até hoje⁴.

Em 2001, o governo cria mais uma institucionalidade para a indústria cinematográfica brasileira, a ANCINE (Agência Nacional do Cinema). Suas responsabilidades são vinculadas na fiscalização e regulamentação do mercado audiovisual e do cinema, no Brasil. Arelada com autonomia de cobranças de impostos, “coroando a política de mecenato oficial gerenciado pelo governo” (Marson, 2009:180).

Retomando a área de exibição, de acordo com dados da ANCINE, houve um aumento de aproximadamente 17% de 2006 a 2008, referente à abertura de seis ou mais salas em complexos *multiplex*. Notamos uma evolução das salas de exibição e também dos números de espectadores, sendo registrado em 2003 “um desempenho comparável aos melhores anos da época da EMBRAFILME, com índices de até 30%” (BARONE, 2008, p.7). Entretanto este processo vem sendo desenvolvido lentamente no país.

Avançando para a distribuição cinematográfica, o Brasil se inclui na problematização do setor em toda América Latina, o qual é administrado em grande parcela pelas denominadas *majors*, tornando-se assim, um mercado centralizado com algumas empresas.

A firma distribuidora é o elo entre firma produtora (realizadora do filme) e a firma exibidora (ponto de venda do filme ao público consumidor), portanto seu enfoque está na operação logística e marketing, disponibilizando o filme às salas de cinema e formulando e executando campanhas de atração de público (Meleiro, 2007).

No primeiro semestre de 2009 no Brasil, houve a participação de 39 distribuidoras. Entre elas *majors*⁵, independentes⁶ e aquelas em que a própria produção⁷

⁴ Existe o projeto *Cinema perto de você*, um programa de expansão do parque exibidor, desenvolvido pela Ancine e pelo Ministério da Cultura. É gerenciado em parceria com o BNDES, visa contemplar cidades brasileiras, especialmente dos estados do norte e nordeste, através da abertura de 600 salas de cinema em quatro anos.

⁵ Fox, Columbia (Sony e Disney), Paramount (Paramount e Universal) e Warner.

⁶ Playarte, Wmix (Imagem), SM (Paris), Freespirit (Downtown), Cannes (Europa), Tag Cultural (Imovision), Filmes da Estação, Rain (Moviemobz), Cinarte Pompéia (Imax), Five Stars (Focus e Flashstar), Antonio

disponibiliza a circulação de seus filmes. As *majors* foram responsáveis por 111 obras cinematográficas, as independentes por 252 e as produtoras com distribuição própria por 12 títulos. Mesmo com a diferença de 141 filmes as *majors* tiveram uma renda muito superior, sendo acima de R\$ 300 milhões, enquanto as empresas independentes obtiveram um pouco mais de R\$ 99 milhões. Os filmes lançados no período designado foram de 108 produções nacionais, 147 norte-americanos e 128 de outros países.

Na tabela abaixo, observamos mais detalhadamente os diferenças existentes no setor, através de distribuições por *majors*, independentes, aquelas comercializadas pela própria produção e a RioFilme⁸. Notamos uma hegemonia das *majors* no primeiro semestre de 2009.

Distribuição no 1º semestre de 2009: por tipo de distribuidora

Tipo de Distribuidora	Título	Cópias	Nº. Salas	Público	Público/Título	Renda
Major	111	10.643	11.142	43.999.469	396.391,61	R\$ 373.054.828,50
Independente	252	4.006	4.632	11.200.418	44.446,10	R\$ 99.422.036,90
Distribuição própria	12	25	63	70.746	5.895,50	R\$ 592.592,60
RioFilme	8	34	40	67.938	8.492,25	R\$ 649.166,90
Total Geral	383	14.708	15.877	55.338.51	144.487,13	R\$ 473.718.624,98

Fonte: Ancine

Fernandes (Califórnia), Providence (Pandora), Videofilmes, Filmes de mostra, AB Filmes, Reserva Nacional (Imovision), Polifilmes, Pipa, Panda, De Felippes (Gávea Filmes), Sereia Filmes, Usina Digital e Serendip.

⁷ G7, Canal Brasil, Raiz Filmes, Invídeo (Vortex), Já Filmes, Rec Produtores, Labo Comunicação, Raquel Gerber – Distribuição Própria, República Pureza, Canal 3 e 24 VPS Filmes.

⁸ A RioFilme é uma empresa da Prefeitura do Rio de Janeiro relacionada à Secretaria Municipal de Cultura, que atua na área de distribuição.

Em outros países incluímos a Argentina, que teve apenas dois filmes lançados no primeiro semestre de 2009 no Brasil, sendo eles: *Ninho vazio* (2008, de Daniel Burman) e *A janela* (2008, de Carlos Sorin), ambos distribuídos pela independente Inmovision. No segundo semestre foram distribuídos no Brasil mais quatro filmes argentinos, além dos já mencionados. São eles: *O fundo do mar* (2003, de Damián Szifron), *Vila 21* (2008, de Ezio Massa), *Alguns motivos para não se apaixonar* (2008, de Mariano Mucci), distribuídos pela Panda Filmes e *Um namorado para minha esposa* (2008, de Juan Taraturo), pela Paris Filmes.

Com a dominação de filmes norte-americanos no país, em 2009, com 75% da renda no primeiro semestre, os filmes nacionais tiveram 19% e os de outros países apenas 4%. No Informe trimestral da Ancine referente aos filmes lançados em 2010, de janeiro a 2 de setembro, há apenas um filme argentino distribuído no Brasil, *O segredo dos seus olhos* (2009, de Juan José Campanella), com distribuição da independente Europa Filmes. O ganhador do Oscar 2010, de melhor filme estrangeiro, conquistou até o momento⁹ 320.420 espectadores no total das 26 salas em que estava em cartaz.

O cinema na Argentina, como no Brasil, vive assimetrias desde seu surgimento. Nos anos 80, a Argentina ainda reerguia-se do golpe militar de 1976 e somente em 1983 inicia uma significativa retomada do cinema. Em 1994, promulga-se a Ley de Cine que tem objetivos de financiar e regular as atividades vinculadas à distribuição e exibição de longas-metragens argentinos.

O *novo cinema argentino*, como é denominada esta fase, busca autonomia de mercado e superação nas questões de produção, distribuição e exibição. Credita-se esta melhora a quatro fatores:

- A nova lei de cinema;
- O renascimento do Festival Internacional de Cinema de Mar del Plata;
- O nascimento do Bafici (Buenos Aires Festival Internacional de Cinema Independente) e a projeção internacional como mecanismo econômico;
- O compromisso do Incaa com a distribuição dos filmes nacionais (Molfetta apud Batista; Mascarello, 2008:181).

⁹ A estreia de *Os segredos dos seus olhos* foi em fevereiro de 2010, no Brasil. Em Porto Alegre (RS), em setembro, ainda permanecia em cartaz.

Notamos algumas semelhanças na indústria do cinema da retomada no Brasil e do novo cinema argentino. Após alguns anos de euforia, na Argentina a indústria cinematográfica decaiu na produção, a distribuição fica estagnada e as salas de exibição vão fechando, devido à centralização em algumas áreas. Entretanto o cinema argentino reage através de alianças com o setor de distribuição e exibição, com companhias estrangeiras e nacionais.

Em 2001, o governo de Fernando de la Rúa, congelou as contas de poupança domésticas. Devido a esta crise política e econômica no país, a indústria cinematográfica argentina interrompe sua produção de filmes porque o tesouro confiscou o fundo financeiro do Instituto Nacional de Cine y Arte Audiovisualies (INCAA), órgão que gere o cinema no país. O então presidente argentino renunciou e fugiu do país no ano seguinte, e a lei que transformava o INCAA numa agência autônoma voltou a vigorar.

Na época Jorge Conscia, diretor de cinema argentino foi escolhido chefe do instituto. O financiamento para produções audiovisuais foi renovado e mesmo com o desequilíbrio econômico do país, a produção cinematográfica de 2002 foi de 43 filmes (Meleiro, 2003). Nos anos decorrentes, mesmo a Argentina não estando estável, a produção encontrava-se em ascensão. De acordo com Alessandra Meleiro, uma média de 70 filmes foram lançados, em 2003 e 2004.

O mercado cinematográfico no Brasil e na Argentina é marcado por assimetrias. Notamos que mesmo com novas legislações¹⁰ de fomento e a criação de órgãos competentes, não há estabilidade na produção, na distribuição e na exibição, estruturas que devem trabalhar integradas.

Embora correspondendo a campos antagônicos, com objetivos e interesses distintos, seus agentes atuam de forma integrada e sistêmica em torno do mesmo produto, respondendo pelos sistemas de criação e fabricação (produção de conteúdo), difusão e consumo (Barone, 2009, p.32).

Na Argentina, há a Distribution Company Argentina S.A, uma empresa independente que trabalha com a circulação de filmes norte-americanos e *blockbusters*, mas

¹⁰ Como a *Ley de Cine* e o INCAA, na Argentina e a Lei do Audiovisual e a Ancine, no Brasil.

principalmente com o cinema argentino. De acordo com o site da organização, mais de 80% dos títulos argentinos são distribuídos por eles.

O INCAA pela primeira vez organizou e divulgou um anuário relativo à indústria cinematográfica argentina de 2009. Segue uma tabela referente à arrecadação de filmes com estreias nacionais e estrangeiras.

Arrecadação por filmes lançados em 2009: nacionais e estrangeiros

DISTRIBUIDORA	ARRECADAÇÃO (1)	PARTICIPAÇÃO NO MERCADO
<i>Majors</i> (2)	257.375.602	65,01%
Distribution Company Argentina S.A.	75.351.090	19,15%
Outras (3)	63.086.626	15,84%
Total geral	395.813.318	100%

(1) Valores em peso argentino.

(2) Incluídas The Walt Disney Company S.A., UIP S.R.L, Fox, Sony e Warner.

(3) Distribuidoras independentes e privadas.

Uma questão que devemos salientar do mercado cinematográfico latino-americano é o Fondo Iberoamericano de Ayuda, o Ibermedia¹¹. Criado há mais de 10 anos¹², o programa consiste em fortalecer relações cinematográficas com os países envolvidos. Brasil e Argentina membros do Ibermedia, buscam incentivos para a formação de recursos humanos especializados, além de deslumbrar

condições necessárias, fundamentalmente financeiras e técnicas, para ativar os mecanismos de co-produção, distribuição, desenvolvimento e formação de projetos cinematográfico e televisivos independentes, dentro do espaço e do mercado latino-americanos (Villazana apud Meleiro, 2007:178).

O cinema argentino é um dos países membros que mais desfruta dessa ferramenta, com benefícios entre co-produções espanholas. Logo, há uma possibilidade

¹¹ Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Peru, Porto Rico, Portugal, República Dominicana, Uruguai e Venezuela são membros do Ibermedia. Programa que se desenvolveu através da política audiovisual da *Conferência de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas* (CACI).

¹² O Fondo foi constituído em novembro de 1997, em um encontro da CACI.

mais evidente na circulação de filmes argentinos no mercado espanhol, tornando-se vitrine para a indústria internacional.

O fomento para a cooperação cinematográfica entre os países latino-americanos vem crescendo. Argentina e Brasil experimentaram um significativo desenvolvimento por parte de sua produção cinematográfica, após algum tempo em que estiveram bloqueados por crises políticas e econômicas ou por políticas culturais adversas. Em relação à distribuição, por meio de iniciativas dos seus governos, assinaram o protocolo de intenção para um acordo de fomento à distribuição e exibição de filmes de longa-metragem, isto é, uma nova dinâmica na distribuição e exibição de filmes argentinos e brasileiros, permitindo a circulação entre as praças desses dois países.

O Protocolo de Co-Distribuição foi assinado entre o INCAA e a ANCINE, em agosto de 2004. O intuito era facilitar e estimular o intercâmbio entre os mercados cinematográficos, com um número estipulado produções¹³ para cada país. A proposta pretendia auxiliar financeiramente a distribuição na Argentina, de filmes brasileiros e a circulação de filmes argentinos, no Brasil.

Segundo Meleiro, “o acordo visa permitir o acesso de filmes brasileiros no mercado argentino e ampliar a distribuição de filmes argentinos no Brasil através de mecanismos de fomento” (2005:4). No mesmo ano de assinatura do acordo alguns filmes foram beneficiados, como os brasileiros *Madame Satã* e *Deus é Brasileiro* e os argentinos *Lugares Comuns* e *Apaixonados*, além de outros. Não se sabe muito da experiência do Protocolo Brasil-Argentina, se a troca foi vantajosa ou não, somente que não houve renovação.

O mercado cinematográfico no Brasil e na Argentina é administrado por uma preponderância das distribuidoras norte-americana, que compõem um segmento mais capitalizado da indústria, sendo também em escala global. As empresas são portadoras das licenças, isto é, dos direitos de comercialização das obras e muitas vezes participam no financiamento para produção. Observando os cinemas brasileiros e argentinos, percebemos

¹³ O número máximo para a utilização do Protocolo de Co-Distribuição entre Brasil e Argentina era de oito produções para cada país.

traços, ainda subjetivos, para diversas interpretações¹⁴ e que, devido a isto, precisam ser examinados com mais detalhamento e tempo.

Os dados, aqui expostos, indicam alguns rumos da área nesses países, servindo de alerta para a crescente realidade globalizante do mercado audiovisual. Brasil e Argentina veem aumentando suas produções e visibilidade cinematográfica, através de participações de festivais e ganhando prêmios renomados. Seus filmes precisam estar mais ao alcance do público, nas salas de exibição, motivando a plateia a experimentar e tomar mais conhecimento do que cada país cria.

Referências

Anuário de la Industria de Cine Incaa 2009

< <http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php>> Acesso em: 20 de set. 2010.

BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando. **Cinema mundial contemporâneo**. Campinas: Papirus, 2008

BARONE, João Guilherme. **Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BRITTOS, Valério Cruz (org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.

FALICOV, Tamara. **The cinematic tango: contemporary argentine film**. London: Wallflower Press, 2007.

MARSON, Melina Izar. **Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira Vol. I**. São Paulo: Escrituras, 2009.

MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema no mundo: indústria, política e mercado – América Latina**. São Paulo: Escrituras, 2007.

MELEIRO, Alessandra. **Dinâmica e Estrutura da circulação internacional de produtos audiovisuais entre os países do MERCOSUL**. Revista Famecos/Puc, Porto Alegre, n. 14, p. 1-5, 2005.

Relatórios Semanais <<http://www.ancine.gov.br/media/SAM/2009/Distribuidoras/128.pdf>> Acesso em: 17 de ago 2010.

¹⁴ As interpretações podem ser de ordem cultural, econômica ou política.